TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp bắt nhịp xu hướng chi tiêu của người tiêu dùng dịp Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 ra sao?

13:30 05/12/2023

Báo cáo "Khảo sát thói quen tiêu dùng 2023" của PwC tại Việt Nam chỉ ra rằng, 62% người tiêu dùng Việt Nam sẽ cắt giảm những khoản mua sắm không cần thiết và tiết kiệm chi phí qua các chương trình khuyến mại.

PwC là viết tắt của PricewaterhouseCoopers, một trong bốn công ty kiểm toán hàng đầu thế giới hiện nay. PwC thường thực hiện các khảo sát liên quan tới hàng hóa, tiêu dùng, xu hướng....Báo cáo "Khảo sát thói quen tiêu dùng 2023" của PwC tại Việt Nam chỉ ra, 62% người tiêu dùng Việt Nam cho rằng họ sẽ cắt giảm những khoản mua sắm không cần thiết và tiết kiệm chi phí qua các chương trình khuyến mãi.



Doanh nghiệp bắt nhịp xu hướng chi tiêu của người tiêu dùng dịp Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 ra sao? Hệ thống BRG/HAPRO MART thực hiện đợt khuyến mãi lớn dịp Tết Nguyên đán Giáp Thìn. Ảnh Hiền

Trang.

Tương tự, khảo sát của Công ty Kantar Việt Nam - doanh nghiệp chuyên nghiên cứu thị trường, cho thấy người tiêu dùng thay đổi thứ tự các yếu tố quan tâm khi mua sắm, lựa chọn sản phẩm theo tiêu chí: Ưu tiên sức khỏe, tăng trải nghiệm tại nhà, cá nhân hóa nhu cầu, đồng thời tối ưu hóa chi tiêu bằng lựa chọn sản phẩm giảm giá, khuyến mãi, so sánh giá giữa các kênh phân phối.

Một nghiên cứu của Nielsen IQ cho thấy, khoảng 84% ngành hàng tiêu dùng nhanh đã tăng giá trong 8 tháng năm nay, phản ứng với đà tăng giá, người tiêu dùng chọn lựa mua ít hàng hóa hơn, chọn thương hiệu rẻ hơn hoặc chọn phương án mua gói lớn hay mua hàng khuyến mãi.

Thực tế này đặt ra cho các doanh nghiệp bài toán cần phải đưa ra những kế hoạch cân đối danh mục sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của nhiều nhóm người tiêu dùng khác nhau, đồng thời phải có chương trình kích cầu trong ngắn hạn để giữ chân người tiêu dùng.

Ông Nguyễn Anh Đức, Chủ tịch Hiệp hội các Nhà bán lẻ Việt Nam thông tin: Dịp Tết năm nay, người tiêu dùng có xu hướng chi tiêu tiết kiệm. Do đó, bên cạnh làm việc với nhà cung cấp từ giữa năm để có phương án chuẩn bị nguồn hàng và mức giá hợp lý cho người tiêu dùng thì các đơn vị cũng chủ động những sản phẩm vừa túi tiền, không quá cầu kỳ, mang tính ứng dụng cao để phục vụ người tiêu dùng.

“Nhu cầu của người dân đang có những chuyển biến, người dân lại bắt đầu chuyển hướng mua sắm qua thị trường truyền thống để có tiết kiệm hơn. Thứ hai, cơ cấu tiêu dùng của người dân cũng có những khác biệt, ảnh hưởng đến cấu trúc hàng hóa được cung ứng tại các thị trường bán lẻ. Trước đây, người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm mang tính chất khác biệt, khác lạ thì bây giờ, người tiêu dùng lựa chọn những sản phẩm mang tính chất rất thiết thực cho cuộc sống hàng ngày”, ông Nguyễn Anh Đức nói.

Hiện, thị trường có nhiều yếu tố bất định, điều quan trọng là doanh nghiệp cần phải nắm chắc những thông tin, dự báo và lựa chọn giải pháp phù hợp để đáp ứng được những yêu cầu mới của người tiêu dùng.

Chuyên gia kinh tế PGS.TS Đinh Trọng Thịnh nhận định: Khi hoạt động xuất khẩu giảm sút thì việc tăng tổng cầu tiêu dùng trong nước sẽ là biện pháp quan trọng giúp tiêu thụ hàng hóa cho các doanh nghiệp sản xuất, hỗ trợ phục hồi tăng trưởng kinh tế. “Nhu cầu tiêu dùng rất đa dạng mà chúng ta có thể tổ chức những chương trình nối tiếp nhau hoặc là liên kết với nhau để từ đó tiếp tục đẩy

mạnh triển khai hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, PGS.TS Đinh Trọng Thịnh cho biết.

PV *(t/h)*